

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada PT.AMIA Batusangkar. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.AMIA di Batusangkar yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan dan sampel sebanyak 97 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survey dan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan sebagai responden. Teknik Analisa data yang digunakan adalah *Analisis Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *Partial Least Square (PLS) 3.0*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk terhadap minat beli pada PT. AMIA Batusangkar, terdapat pengaruh positif yang signifikan tingkat kepercayaan terhadap minat beli pada PT.AMIA Batusangkar, terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT.AMIA Batusangkar, terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT.AMIA Batusangkar, terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan minat beli terhadap loyalitas pelanggan pada PT.AMIA Batusangkar, terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli pada PT.AMIA Batusangkar dan terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan tingkat kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli pada PT.AMIA Batusangkar

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan dan Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and level of trust on customer loyalty with purchase intention as an intervening variable at PT.AMIA Batusangkar. The population in this study were PT.AMIA customers in Batusangkar who consumed bottled drinking water and a sample of 97 respondents used quantitative techniques. Data collection methods through surveys and distributing questionnaires to customers as respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Patricial Least Square (PLS) 3.0.

The results showed that there was a significant positive effect on product quality on purchase intention at PT. AMIA Batusangkar, there is a significant positive effect on the level of trust on purchase intention at PT. AMIA Batusangkar, there is a significant positive effect on product quality on customer loyalty at PT. AMIA Batusangkar, there is a positive but not significant effect on the level of trust on customer loyalty at PT. AMIA Batusangkar, there is a positive but not significant effect on buying interest on customer loyalty at PT.AMIABatusangkar, there is a positive but not significant effect on product quality on customer loyalty through buying interest on PT.AMIA Batusangkar and there is a positive effect that is not significant on the level of trust on customer loyalty through buying interest in PT. AMIA Batusangkar

Keywords: Product Quality, Trust, Customer Loyalty and Purchase Intention